

ABSTRACT

This research is meant to find out and test the influence of variables i.e. product, price, distribution promotion and brand equity to the purchasing decision of ASUS Zenfone smartphone to all students of STIESIA Surabaya.

The population of this research is all students of STIESIA Surabaya with the samples are 116 respondents. The data analysis technique has been done by using multiple linear regressions analysis which is meant to calculate the amount of coefficient regressions in order to shows the purchasing decision. Meanwhile, goodness of fit test (F test) has been carried out to test the model feasibility in this research.

The result of the hypothesis test (t test) shows that the product has positive influence to the purchasing decision, price has positive influence to the purchasing decision, distribution has positive influence to the purchasing decision, promotion has positive influence to the purchasing decision and brand equity has positive influence to the purchasing decision of ASUS Zenfone smartphone to all students of STIESIA Surabaya. Meanwhile, product variable has dominant influence to the purchasing decision of ASUS Zenfone smartphone to all students of STIESIA Surabaya.

Keywords: *product, price, distribution promotion, brand equity and purchasing decision.*

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh variabel produk, harga, distribusi, promosi dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian smartphone ASUS Zenfone pada mahasiswa STIESIA Surabaya.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa STIESIA Surabaya dengan jumlah sampel 116 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk menghitung besarnya koefisien regresi guna menunjukkan keputusan pembelian. Sedangkan uji *goodness of fit* (uji F) digunakan untuk menguji kelayakan model dalam penelitian.

Hasil pengujian hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dan ekuitas merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian smartphone ASUS Zenfone pada mahasiswa STIESIA Surabaya. Sementara produk adalah variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian smartphone ASUS Zenfone pada mahasiswa STIESIA Surabaya.

Kata Kunci : Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Ekuitas Merek dan Keputusan Pembelian